

*PENGARUH EXTERNAL ATTRIBUTIONS, UNSTABLE
ATTRIBUTIONS, UNCONTROLLABLE ATTRIBUTIONS,
DAN SERVICE RECOVERY EFFORTS TERHADAP
SERVICE RECOVERY SATISFACTION DAN WORD
OF MOUTH PADA TOKO ONLINE LAZADA*



OLEH:
GRECE NUSALY
3103013160

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2017

PENGARUH *EXTERNAL ATTRIBUTIONS, UNSTABLE ATTRIBUTIONS, UNCONTROLLABLE ATTRIBUTIONS, DAN SERVICE RECOVERY EFFORTS* TERHADAP *SERVICE RECOVERY SATISFACTION* DAN *WORD OF MOUTH* PADA TOKO ONLINE LAZADA

SKRIPSI

Diajukan kepada

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan

Memperoleh Gelar Sarjana Bisnis

Jurusan Manajemen

OLEH:

GRECE NUSALY

3103013160

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2017

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya:

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Grece Nusaly

NRP : 3103013160

Judul Skripsi : Pengaruh Antara Variabel External Attributions, Unstable Attributions, Uncontrollable Attributions, Dan Service Recovery Efforts Terhadap Service Recovery Satisfaction Dan Word Of Mouth Pada Toko Online Lazada

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah ASLI merupakan karya tulis saya. Apabila karya tulis ini terbukti merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 1 Februari 2016.



Grece Nusaly
NRP: 3103013160

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

*PENGARUH EXTERNAL ATTRIBUTIONS, UNSTABLE ATTRIBUTIONS,
UNCONTROLLABLE ATTRIBUTIONS, DAN SERVICE RECOVERY
EFFORTS TERHADAP SERVICE RECOVERY SATISFACTION DAN
WORD OF MOUTH PADA TOKO ONLINE LAZADA*

Oleh :
Grece Nusaly

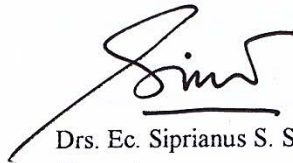
Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan
Kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Dr. Margaretha Ardhanari, SE.,M.Si.
Tanggal:

Pembimbing II,



Drs. Ec. Siprianus S. Sina,MM
Tanggal:

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh : Grece Nusaly, NRP 3103013160
Telah diuji pada tanggal 30 januari 2018 dan dinyatakan lulus oleh Tim
Penguji.

Ketua Tim Penguji:



DR. Margeratha Ardhanari, SE., M. Si
NIK : 311.95.0228

Mengetahui:

Dekan



Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak, CA.
NIK. 321.99.0370

Ketua Jurusan



Robertus Sigit H. L. SE
NIK. 311.11.0678

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas kebaikan, kasih karunia, dan penyertaan-Nya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Penyusunan skripsi ini tidak akan berhasil tanpa dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Robertus Sigit H.L. SE., M.Sc. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Dr. Margaretha Ardhanari, SE., M.Si., selaku Dosen Pembimbing I, yang telah sabar berbagi ilmu, membimbing, dan memberi pengarahan penyusunan skripsi ini dari awal hingga akhir dengan baik.
4. Bpk Drs. Ec. Siprianus S. Sina, MM., selaku Dosen Pembimbing II, yang telah sabar berbagi ilmu, membimbing, dan memberi pengarahan penyusunan skripsi ini dari awal hingga akhir dengan baik.
5. Para Bapak dan Ibu dosen Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis, terutama para Ibu dosen Rumpun Ritel, yang telah membimbing dan memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama masa perkuliahan.
6. Keluarga saya yang tercinta, yang terus tanpa henti memberikan semangat dan dukungan yang tulus kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan penuh semangat.
7. Teman-teman seperjuangan saya dalam menyusun skripsi, yang memberikan dukungan satu sama lain sehingga penulis terus berkomitmen menyusun skripsi dengan sebaik-baiknya.
8. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu, terima kasih banyak atas segala dukungan, semangat, dan doa.

Akhir kata, ada pepatah yang mengatakan “tak ada gading yang tak retak”. Penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun akan penulis terima. Harapan penulis semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan bagi para pembaca.

Surabaya, November 2017

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	8
1.5. Sistematika Penulisan Skripsi	9
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1. Penelitian Terdahulu	12
2.2. Tinjauan Pustaka	13
2.2.1. <i>E-Commerce</i>	13
2.2.2. <i>Service Failure</i>	16
2.2.3. <i>Causal Attribution</i>	18
2.2.4. <i>Service Recovery Efforts</i>	20
2.2.5. <i>Service Recovery Satisfaction</i>	21

2.2.5. <i>Word-Of-Mouth</i>	21
2.3. Hubungan Antar Variabel	23
2.3.1. Hubungan Antara <i>Service Recovery Efforts</i> <i>dan Service Recovery Satisfaction</i>	23
2.3.2. Hubungan Antara <i>External Attribution</i> <i>dan Service recovery Satisfaction</i>	24
2.3.3. Hubungan Antara <i>Unstable Attribution</i> <i>dan Service Recovery Satisfaction</i>	24
2.3.4. Hubungan Antara <i>Uncontrollable Attribution</i> <i>dan Service Recovery Satisfaction</i>	25
2.3.5. Hubungan Antara <i>Service Recovery</i> <i>Satisfaction dan Online Word-Of-Mouth</i>	26
2.4. Model Penelitian.....	28
2.5. Hipotesis.....	29
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	30
3.1. Desain Penelitian	30
3.2. Identifikasi Variabel	31
3.3. Definisi Operasional Variabel	31
3.4. Jenis Data dan Sumber Data.....	33
3.5. Pengukuran Variabel.....	34
3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data.....	34
3.7. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	34
3.7.1. Populasi.....	35
3.7.2. Sampel.....	35
3.7.3. Teknik Pengambilan Sampel.....	35
3.8. Teknik Analisis Data	36
3.8.1. Uji Validitas dan Reliabilitas	37
3.8.2. Regresi PLS	38

3.8.3. Uji Hipotesis	39
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1. Profil Responden	41
4.1.1. Usia	42
4.1.2. Jenis Kelamin	42
4.1.3. Pekerjaan.....	42
4.1.4. Frekuensi Kunjungan ke Lazada	43
4.1.5. Jenis Produk	44
4.1.6. Pendapatan Per Bulan	45
4.2. Statistik Deskriptif Variabel.....	46
4.2.1. Variabel <i>External Attribution</i>	47
4.2.2. Variabel <i>Unstable Attributions</i>	47
4.2.3. Variabel <i>Uncontrollable Attributions</i>	48
4.2.4. Variabel <i>Service Recovery Efforts</i>	49
4.2.5. Variabel <i>Service Recovery Satisfaction</i>	50
4.2.6. Variabel <i>Word of Mouth</i>	50
4.3. Analisis <i>Partial Least Square</i> (PLS)	52
4.3.1. <i>Outer Model</i>	52
4.3.1.1. <i>Convergent Model</i>	53
4.3.1.2. <i>Dicriminant Validity</i>	54
4.3.1.3. <i>Composite Reliability (untuk</i> <i>melihat hubungan antar variabel ada</i> <i>korelasi atau tidak)</i>	56
4.3.1.4. <i>Cronbach's Alpha</i>	57
4.3.2.1. <i>R Square</i>	58
4.3.2.2. <i>Q Square</i>	58
4.3.2. <i>Inner Model</i>	59
4.3.2.3. Pengujian Hipotesis	60

4.4. Pembahasan	63
4.4.1. Pengaruh <i>External Attributions</i> terhadap <i>Service Recovery Satisfaction</i>	63
4.4.2. Pengaruh <i>Unstable Attributions</i> terhadap <i>Service Recovery Satisfaction</i>	64
4.4.3. Pengaruh <i>Uncontrollable</i> <i>Attributions</i> terhadap <i>Service Recovery Satisfaction</i>	65
4.4.4. Pengaruh <i>Service Recovery</i> <i>Efforts</i> terhadap <i>Service Recovery Satisfaction</i>	66
4.4.5. Pengaruh <i>Service Recovery Satisfaction</i> terhadap <i>Online</i> <i>word-of-mouth</i>	67
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN	69
5.1. Simpulan	69
5.2. Saran	
5.2.1. Saran Akademik	70
5.2.2. Saran Praktis	70
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN	74

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu dan Sekarang	12
Tabel 4.1. Karakteristik Berdasarkan Usia	41
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan.....	42
Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Frekuensi Kunjungan.....	43
Tabel 4.5 Karakteristik Berdasarkan Jenis Produk	44
Tabel 4.6 Karakteristik Berdasarkan Pendapatan Per Bulan	45
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel <i>External Attribution</i>	47
Tabel 4.8 Statistik Deskriptif Variabel <i>Unstable Attribution</i>	48
Tabel 4.9 Statistik Deskriptif Variabel <i>Uncontrollable</i> <i>Attributions</i>	48
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Variabel <i>Service Recovery</i> <i>Efforts</i>	49
Tabel 4.11 Statistik Deskriptif Variabel <i>Service</i> <i>Recovery Satisfaction</i>	50
Tabel 4.12 Statistik Deskriptif Variabel <i>Online Word of Mouth</i>	51
Tabel 4.13 <i>Loading Factor/Reliabel</i>	54
Tabel 4.14 Hasil Uji <i>Convergent Validity</i>	55
Tabel 4.15 <i>Cross Loading (melihat besaran nilai dari setiap</i> <i>indikator variabel)</i>	56
Tabel 4.16 <i>Composite Reliability</i>	57
Tabel 4.17 <i>Cronbach's Alpha (melihat reliabel)</i>	58
Tabel 4.18 Nilai <i>R-Square (Signifikansi)</i>	59
Tabel 4.19 Pengujian Hipotesis	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Model Penelitian Moliner-Velazquez <i>et al.</i> , (2015).....	11
Gambar 2. Sumber: Moliner-Velazquez <i>et al.</i> , (2015).....	28
Gambar 4.1 <i>Outer Model</i>	53
Gambar 4.2 <i>Inner Model</i>	60

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Profil Responden	74
Lampiran 2. Statistik Deskriptif.....	76
Lampiran 3. Hasil PLS	78
Lampiran 4. Kuesioner	81

ABSTRAK

Pertumbuhan jumlah toko ritel *online* saat ini semakin pesat. Melalui internet konsumen dapat dengan mudah mendapatkan informasi. Toko *online* tersebut tidak terlepas dari komplain pelanggan, seperti pengiriman barang yang terlambat datang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *External Attribution*, *Unstable Attribution*, *Uncontrollable Attribution* dan *service recovery efforts* terhadap *Service Recovery Satisfaction* dan *online word-of mouth* pada toko *online* Lazada. Penelitian ini merupakan penelitian kausal dan kuantitatif. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 150 responden. Pengumpulan data dilakukan melalui alat bantu kuesioner dan diolah dengan teknik struktural equation modelling (SEM) menggunakan program PLS. Objek dari penelitian ini adalah toko *online* Lazada. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa *external attributions*, *Unstable Attribution*, *Uncontrollable Attribution* memiliki pengaruh terhadap *service recovery satisfaction*. Selain itu, *service recovery efforts* memiliki pengaruh terhadap *service recovery satisfaction*, serta *service recovery satisfaction* memiliki pengaruh terhadap *online word-of- mouth* pada toko *online* Lazada.

Kata Kunci: *External Attribution*, *Unstable Attribution*, *Uncontrollable Attribution*, *Service Recovery Satisfaction*, *Service Recovery Effort*, *online word-of mouth*, SEM-PLS, Lazada.

ABSTRACT

A growing number of online retail stores currently growing rapidly. Through internet consumers can easily get information. The online store is inseparable from the complaints of customers, such as late delivery of the goods to come. This research aims to know the influence of External Attribution, Unstable Attribution, Uncontrollable Attribution, and service recovery efforts towards Recovery Service Satisfaction and online word-of mouth on Lazada online store. This research is causal and quantitative research. The samples used in the study of 150 respondents. Data collection was done through questionnaires and tools processed with the technique of structural equation modelling (SEM) use the program PLS. Object of the research is Lazada online store. The result of this research shows that external attributions, Uncontrollable Attribution, Unstable Attribution, has influence on the recovery of service satisfaction. In addition, service recovery efforts have influence against the service recovery satisfaction, and recovery service satisfaction has influence on online word-of-mouth on Lazada online store.

Keywords: External Attribution, Attribution, Uncontrollable Unstable Attribution of Recovery, Service Satisfaction, Service Recovery Effort, online word-of mouth, SEM-PLS, Lazada.